

## PLAN ESTUDIOS DEL MÁSTER.

### Objetivos y Competencias

# ***MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES***

## OBJETIVOS

El actual proceso de profesionalización de la Comunicación Política y la gestión de las campañas electorales ha originado una demanda creciente de expertos que puedan abordar estas tareas con un alto grado de cualificación. El cambio tecnológico ha producido una multiplicación de los canales y actores a través de los cuales tiene lugar la comunicación política, así como una necesidad de cubrir las nuevas profesiones relacionadas con este ámbito. El profesional de la comunicación política y la gestión de las campañas electorales requiere no sólo de competencias técnicas, sino también de una serie de conocimientos amplios sobre el contexto socio-político y el entorno institucional sobre el cual debe alcanzar objetivos tales como: interpretar el entorno, analizar sus tendencias, diseñar estrategias de movilización electoral, articular mensajes y acciones para establecer relaciones comunicativas fructíferas, etc.

El Máster en Comunicación Política y Gestión de Campañas Electorales de la Universidad Pablo de Olavide supone una respuesta del máximo nivel académico a la creciente demanda formativa en estos campos profesionales. El programa tiene una orientación profesionalizante. Su seguimiento prepara para el ejercicio profesional en comunicación estratégica dentro del sector público, privado y político, con la finalidad de formar especialistas en técnicas de comunicación política, institucional, gubernamental y en el diseño y gestión de campañas electorales.

Entres sus principales objetivos se sitúan los siguientes:

1. Lograr un conocimiento adecuado de los principales conceptos relacionados con la comunicación política y el desarrollo de los procesos electorales.
2. Adquirir competencias cognitivas e instrumentales que permitan analizar correctamente las dinámicas comunicativas y electorales en el marco democrático.
3. Desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para el ejercicio profesional de la consultoría política y electoral

## COMPETENCIAS

## **Competencias generales**

Las competencias desarrolladas en este título permiten alcanzar conocimientos, desarrollar destrezas y mejorar las actitudes necesarias para el desempeño exitoso de diversos puestos de trabajo.

Las competencias generales-transversales que se definen para esta titulación son las siguientes:

C1: Capacidad para analizar, sintetizar y gestionar la información.

C2: Desarrollo de la capacidad de realizar bien un proceso, a partir de unas directrices.

C3: Desarrollo del espíritu crítico y de la capacidad de aprender y desarrollar proyectos de investigación con iniciativa y autónomamente.

C4: Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.

C5: Capacidad para adquirir un compromiso ético y político con la sociedad, en pro de la libertad

d, la igualdad y los valores democráticos.

## **Competencias específicas**

*Específicas cognitivas:*

C6: Conocimiento y uso de las teorías, paradigmas, conceptos y principios relacionados con la comunicación política.

C7: Conocimiento de las diferentes perspectivas teóricas y metodológicas existentes en la planificación estratégica de campañas electorales.

C8: Comprender las pautas de cambio y continuidad en la evolución electoral, con particular atención a los casos español y andaluz (análisis electoral sincrónico y diacrónico, espacial, temporal y según tipos de elección).

C9: Comprender el estado y la dinámica de la competición electoral para definir estrategias y ayudar en el diseño de las campañas y estrategias de comunicación.

C10: Identificar las distintas fases históricas en la evolución de las campañas y el marketing electoral.

*Específicas instrumentales:*

C11: Identificar y definir objetos de investigación, así como plantear y articular hipótesis, metodologías y marcos teóricos al respecto.

C12: Sintetizar y analizar la información y los documentos disponibles de cara a desarrollar eficientes estrategias investigadoras y / o a obtener y presentar claramente (verbalmente y / o por escrito) conclusiones relevantes a partir de tales estrategias y metodologías.

C13: Manejo de fuentes documentales y estadísticas relacionadas con el estudio del comportamiento político, la opinión pública y la agenda mediática.

C14: Elaborar y aplicar índices analíticos para el estudio de resultados electorales.

C15: Evaluar el impacto de las preferencias políticas en la estructura de partidos y los efectos de los sistemas electorales.

C16: Comprender las posibilidades de las encuestas para el análisis político y aprender a leer estratégicamente sus datos para predecir resultados y asesorar las decisiones de los actores políticos.

C17: Habilidad para investigar, obtener y proponer cauces de acción acerca de los factores racionales, emocionales, normativos e identitarios que influyen en el comportamiento electoral.

C18: Habilidad para asesorar profesionalmente en comunicación estratégica, elaboración de discursos y planificación de campañas electorales.

### PROGRAMA Y TEMARIO DESGLOSADO.

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	ASIGNATURAS
<b>Nº Asignatura</b>	1	<b>Título Asignatura</b>	Análisis del Entorno Político y Electoral
<b>Descripción de contenidos</b>			
<p>En cuanto materia del Análisis Político, su enfoque va dirigido, específicamente, al desarrollo de las competencias propias del perfil profesional de la consultoría y la asesoría política, el análisis estratégico y la previsión de escenarios. Contiene, igualmente, contenidos propios del Comportamiento Político y con una orientación aplicada.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las elecciones en Andalucía y España. Los datos electorales. Tipos de elecciones: elecciones de primer y segundo orden. El análisis diacrónico de las elecciones: periodización. Los efectos del sistema electoral: representatividad y gobernabilidad.</li> <li>2. Los tipos de estudios político-electorales: cualitativos y cuantitativos. Agregados y muestrales. Las encuestas políticas y electorales. Estimaciones del comportamiento electoral y proyección de voto.</li> <li>3. Los patrones del comportamiento electoral y la estructura de la competición: movilización, competitividad, polarización, fragmentación, volatilidad. Los cambios en las condiciones de la competición partidista.</li> <li>4. La participación en las elecciones. Niveles y factores de participación. El estudio de la abstención.</li> <li>5. Las bases sociales del comportamiento electoral. Cleavages y segmentación. El debilitamiento de los cleavages tradicionales o la aparición de nuevos cleavages. El perfil sociológico de los electorados.</li> <li>6. Los factores políticos del voto. Partidos, líderes y contexto político. El votante racional: voto estratégico y voto económico. Las razones individuales del voto.</li> </ol>			

<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
<b>Nº Asignatura</b>	2	<b>Título Asignatura</b>	Dirección y Gestión de Campañas Electorales	

#### Descripción de contenidos

La necesidad de Gestores profesionales. Sus tareas fundamentales. Recursos organizativos, financieros, institucionales, candidatos. Análisis y diagnóstico de la circunscripción electoral, del mercado electoral, de nuestras debilidades y fortalezas y las de nuestros adversarios. La construcción de la estrategia. La determinación de los públicos objetivo. El Plan de Campaña. La construcción del mensaje. El Plan de Comunicación. Las campañas digitales. El papel creciente de las redes sociales. ¿Postpolítica y Postverdad?

<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
<b>Nº Asignatura</b>	3	<b>Título Asignatura</b>	Técnicas y Herramientas de la Comunicación Política	

#### Descripción de contenidos

La campaña permanente. El discurso político. Storytelling, marcos y metáforas en la comunicación política. Los juegos de lenguaje y el marketing político. Los debates electorales. El "infoentretenimiento" político. La comunicación digital.

<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
<b>Nº Asignatura</b>	4	<b>Título Asignatura</b>	Comunicación Institucional	
<b>Descripción de contenidos</b>				
Modelos de estudio de la comunicación institucional. Comunicación de gobiernos fiables. La organización de la oficina de comunicación. Estrategias de comunicación: públicos y mensajes. Gobierno abierto.				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
<b>Nº Asignatura</b>	5	<b>Título Asignatura</b>	Comunicación Estratégica y Gestión de Crisis	
<b>Descripción de contenidos</b>				
Análisis de las distintas agendas y motivaciones de los actores que toman parte en el desarrollo y la gestión de las crisis políticas, instituciones y de seguridad. Diseño de estrategias y programas de respuesta ante situaciones de crisis. Poder e influencia en el nuevo entorno tecnológico. El impacto de las nuevas tecnologías de la información en los conflictos armados. Gestión estratégica de la información.				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
------------------	---	----------------------	-------------	--

<b>Nº Asignatura</b>	6	<b>Título Asignatura</b>	Medios de Comunicación y Opinión Pública	
<b>Descripción de contenidos</b>				
Estructura de la comunicación en la sociedad de la información Medición de la opinión pública. Industrias culturales y de la comunicación. Transformaciones tecnológicas. Demoscopia, democracia y sociedad. Fuentes para el estudio de la opinión pública.				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	Asignaturas	
<b>Nº Asignatura</b>	7	<b>Título Asignatura</b>	Geomarketing y Microtargeting	
<b>Descripción de contenidos</b>				
Interpretación de mapas de segmentación electoral. Utilización de herramientas informáticas para el análisis del terreno electoral y asignación eficiente de recursos en el marco de una estrategia de campaña.				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)
<b>Nº Módulo</b>	1	<b>Título Módulo</b>	ASIGNATURAS	
<b>Nº Asignatura</b>	8	<b>Título Asignatura</b>	Investigación socio-electoral: encuestas y focus group	
<b>Descripción de contenidos</b>				

Se enseña cómo diseñar una investigación socio-electoral integrada en el conjunto de una campaña electoral. Para ello se expondrán de manera práctica las tres principales herramientas de investigación del voto: análisis de fuentes estadísticas, encuestas electorales y grupos de discusión (focus group).				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	6	<b>Horas de docencia</b>	18	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)

<b>Nº Módulo</b>	2	<b>Título Módulo</b>	TRABAJO FIN DE MASTER	
<b>Nº Asignatura</b>		<b>Título Asignatura</b>	TRABAJO FIN DE MASTER	
<b>Descripción de contenidos</b>				
El TFM tiene un carácter teórico-práctico y pretende profundizar, de forma especializada, en los conocimientos teóricos, las herramientas metodológicas y las competencias adquiridas por el estudiante a lo largo del título. Este bloque formativo se concreta en la realización por parte del estudiante de un trabajo de investigación original sobre alguno de los temas propuestos por el profesorado.				
<b>Modalidad</b>	Virtual		<b>Tipo</b>	Obligatorio
<b>Nº Créditos ECTS</b>	12	<b>Horas de docencia</b>	36	(Mínimo 2,5 h/ crédito - máximo 7,5 h/crédito)